

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

Кафедра международного менеджмента

Александрович
Эльвира Якубовна

РЕКЛАМА КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА НА
ПРИМЕРЕ ОРГАНИЗАЦИИ ЧУП «ГУДТАЙМ»

Дипломная работа

Научный руководитель:
Старший преподаватель
В.В.Рыдкий

Допущена к защите

«___» _____ 201__г.

Зав. кафедрой международного менеджмента
доктор экономических наук С.В. Лукин

Минск 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 63 с., 8 рис., 14 табл., 58 источника, 2 прил.

РЕКЛАМА, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, НОСИТЕЛИ РЕКЛАМЫ, НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА, СОЦИАЛЬНАЯ РЕКЛАМА, РЕКЛАМОДАТЕЛЬ, РЕКЛАМОПРОИЗВОДИТЕЛЬ, РЕКЛАМОРАСПРОСТРАНИТЕЛЬ, ПОТРЕБИТЕЛИ РЕКЛАМЫ.

Объектом исследования в работе является Частное унитарное предприятие (ЧУП) «ГудТайм».

Цель работы – проанализировать теоретические и методологические аспекты организации рекламы как средство продвижения продукта на предприятии ЧУП «ГудТайм» и предложить конкретные мероприятия по эффективному использованию современных рекламных средств, способствующих развитию предприятия.

В процессе работы рассмотрена практика организации рекламной деятельности, как в РБ, так и на предприятии ЧУП «ГудТайм». В данном исследовании была дана общая организационно-экономическая характеристика предприятия ЧУП «ГудТайм», произведен анализ финансово-экономической деятельности. Было выявлено, что основные цели деятельности ЧУП «ГудТайм» - удовлетворить потребности заказчиков в необходимых работах и услугах (организация праздников и событий, звуковое и световое оборудование, огненное, неоновое, пиротехническое шоу, рыцарское шоу, историческая реконструкция в Беларуси, благотворительность), а также получить прибыль для развития дальнейшей деятельности.

В ходе работы были разработаны рекомендации по совершенствованию рекламной деятельности на предприятии ЧУП «ГудТайм», предложения по использованию интернета как торговой Интернет-площадки для заключения сделок (договоров) и для размещения рекламы, размещение аудиоролика на радио, размещение афиш на остановочных тумбах города, организация наружной рекламы, размещение модуля в лифтах жилых домов и бизнес-центров, всегда иметь в наличии фирменную сувенирную продукцию предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

ABSTRACT

Thesis: 63 p. 8 fig., 14 tab., 58 sources, Appendix 2.

TRADE, ADVERTISING, ADVERTISING MEDIUM, OUTDOOR ADVERTISING, INTERNET ADVERTISING, ADVERTISERS, ADVERTISING MANUFACTURERS, DISTRIBUTOR OF ADVERTISEMENTS, ADVERTISING CONSUMERS.

Thesis: 62 p., 8 fig., 14 tab., 58 sources, 2 applications

TRADE, ADVERTISING, ADVERTISING MEDIUM, OUTDOOR ADVERTISING, INTERNET ADVERTISING, ADVERTISERS, ADVERTISING MANUFACTURERS, DISTRIBUTOR OF ADVERTISEMENTS, ADVERTISING CONSUMERS.

The object of study in a private unitary enterprise (PUE) «Goodtime».

Purpose - to analyze the theoretical and methodological aspects of the organization of advertising as a means of promoting the product in the company PUE «Goodtime» and to propose concrete measures for the effective use of modern advertising tools to promote enterprise.

In the process, the organization considered the practice of advertising, both in Belarus and in the company PUE «Goodtime» In this study, it has been given the overall organizational and economic characteristics of the enterprise PUE «Goodtime» the analysis of financial and economic activity. It was found that the main objectives of PUE «Goodtime» - meet the needs of customers in the necessary works and services (organization of festivals and events, sound and lighting equipment, fire, neon, fireworks show, knight shows, historical re-enactment in Belarus, charity), and a profit for the development of future activities.

The work developed recommendations for improving the promotional activities in the enterprise PUE "Goodtime" proposals to use the Internet as a commercial Internet sites for transactions (contracts) for advertising, posting audio clip on radio, placing posters on stopping pillars of the city, the organization Outdoor advertising, the placement of the module in the elevators of residential buildings and business centers, always have in stock branded souvenirs companies.

The author of the work confirms that resulted in her settlement and analytical materials correctly and objectively reflects the state of the test process, and all borrowed from literature and other sources of theoretical, methodological and methodical positions and concepts are accompanied by references to their authors.

РЕФЕРАТ

Дыпломная праца: 63 стр., 8 мал., 14 табл., 58 крыніц, 2 прыкладання.

РЭКЛАМА, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, НОСБІТЫ РЭКЛАМЫ, ВОНКАВАЯ РЭКЛАМА, ІНТЭРНЭТ РЭКЛАМА, РЭКЛАМАДАЎЦА, РЭКЛАМАВЫТВОРЦЫ, РЭКЛАМАРАСПАЎСЮДЖВАЛЬНІКІ, СПАЖЫЎЦЫ РЭКЛАМЫ.

Аб'ектам даследавання ў працы з'яўляецца Прыватнае унітарнае прадпрыемства (ПУП) «ГудТайм».

Мэта работы - прааналізаваць тэарэтычныя і метадалагічныя аспекты арганізацыі рэкламы як сродак прасоўвання прадукту на прадпрыемстве ПУП «ГудТайм» і прапанаваць канкрэтныя мерапрыемствы па эфектыўным выкарыстанні сучасных рэкламных сродкаў, якія спрыяюць развіццю прадпрыемства.

У працэсе працы разгледжана практыка арганізацыі рэкламнай дзейнасці, як у РБ, так і на прадпрыемстве ПУП «ГудТайм». У дадзеным даследаванні была дадзена агульная арганізацыйна-эканамічная характарыстыка прадпрыемства ПУП «ГудТайм», выраблены аналіз фінансава эканамічнай дзейнасці. Было выяўлена, што асноўныя мэты дзейнасці ПУП «ГудТайм» - задаволіць патрэбы заказчыкаў у неабходных працах і паслугах (арганізацыя святаў і падзей, гукавое і светлавое абсталяванне, вогненнае, неонавае, піратэхнічнае шоу, рыцарскае шоу, гістарычная рэканструкцыя ў Беларусі, дабрачыннасць), а таксама атрымаць прыбытак для развіцця далейшай дзейнасці.

У ходзе работы былі распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні рэкламнай дзейнасці на прадпрыемстве ПУП «ГудТайм», прапановы па выкарыстанні інтэрнэту як гандлёвай Інтэрнэт-пляцоўкі для заключэння здзелак (дагавораў) і для размяшчэння рэкламы, размяшчэнне аўдыяролікі на радыё, размяшчэнне афіш на прыпыначных тумбах горада, арганізацыя вонкавай рэкламы, размяшчэнне модуля ў ліфтах жылых дамоў і бізнес-цэнтраў, заўсёды мець у наяўнасці фірмовую сувенірную прадукцыю прадпрыемства.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага працэсу, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.
